

Izvješće o radu direktora i turističkog ureda Turističke zajednice Grada Drniša u 2024. godini

Ur.br. 06/2025

Drniš, 30. siječnja 2025.

Sukladno članku 23., st. 15. Statuta TZG Drniša, podnosim Turističkom vijeću TZG Drniša Izvješće o radu direktora turističke zajednice za 2024. godinu

1. IZVJEŠĆE O RADU DIREKTORA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA DRNIŠA ZA 2024.

Direktorica TZG Drniša obavlja sve aktivnosti vezane uz izvršenje zadaća planiranih Programom rada i financijskim planom Turističke zajednice Grada Drniša te provodi odluke Turističkog vijeća donesenim na sjednicama Turističkog vijeća.

Direktorica TZG Drniša aktivno je sudjelovala u realizaciji svih planiranih poslova, a navodi se najbitnije:

* Provodila sve radnje za funkcioniranje sustava eVisitor
* Organizirala sve manifestacije sukladno Planu i programu rada i vodila računa o racionalnom korištenju sredstava
* Tražila sponzore/pokrovitelje za sve manifestacije
* Aktivno sudjelovala na svim seminarima i edukativnim radionicama vezanim za rad turističkih zajednica te poboljšanje rada komercijalnog turističkog sektora
* Aktivno sudjelovala na svim koordinacijama direktora turističkih zajednica Županije
* Usko surađivala i poticala suradnju s institucijama na području Grada Drniša
* Kontinuirano prezentirala javnosti aktivnosti TZG Drniša, održavala konferencije za novinare što je rezultiralo kvalitetnim prilozima objavljenim putem TV, radija i tiskovnih medija
* Redovno komunicirala s predstavnicima medija u RH i inozemstvu te gostovala u radio i TV emisijama (Radio Ritam, Radio Drniš, Dobro jutro Hrvatska, IN Magazin, Turizam HR, Radio Knin, Županijski radi Šibenik, Radio Dalmacija, Radio Novotny, Radio Opatija)
* Realizirala najveći mogući opseg aktivnosti planiranih Programom rada za 2024. u skladu s odlukama Turističkog vijeća

Kroz siječanj i veljaču provodila sam sve aktivnosti vezane uz usklađenje rada te počela prikupljati novac za manifestacije (javni pozivi, razni natječaji za sponzorstva i donacije). Kroz ožujak i travanj detaljno organizirala program kulturnog ljeta. Realizirali smo sljedeći program manifestacija u 2024. godini:

10.02. Drniški krnjeval

18.03. Promina Trail

25.03. Drniš plastic free

09.04. Uskrsni doručak

28. i 29. 05. Festival drniškog merlota

01.07. Susret klapa

21-25.07. GOOD fest

17.09. Europski tjedan kretanja i održivog razvoja

30.09. Taste Like Drniš/Skradin/Bilice

Direktorica TZG Drniša sudjelovala je i u organizaciji sljedećih manifestacija:

Srpanj 2024. Festival ojkavice na Miljevcima

30.07. Radio pijaca

U pred i posezoni organizirali smo manifestacije aktivnog odmora

U 2024. naplata turističke članarine odvija se elektronskim putem.

ISTRAŽIVANJE TOMAS LJETO 2024. – izvor Institut za turizam

Kako je ovo istraživanje dijelom rađeno i na području Šibensko-kninske županije i Drniša, mogu se naći relevantni podaci/parametri koji se mogu promatrati iz kuta naše destinacije.

U odnosu na 2014. godinu, kada je posljednji put provedeno istraživanje, prosječna dnevna potrošnja turista porasla je za 19%. Rezultati istraživanja provedenog tijekom 2023. i 2024. pokazali su vidljive promjene u stavovima i potrošnji turista u Hrvatskoj. Prosječna dnevna potrošnja turista prema istraživanju iznosi 79€ po osobi i noćenju što predstavlja rast od oko 19% u odnosu na 2014. kada je ista iznosila 66€. U strukturi prosječnih dnevnih izdataka 49% odnosi se na uslugu smještaja, 17% na uslugu hrane i pića izvan usluge smještaja, a 34% na sve ostale usluge. Dok su izdaci za smještaj porasli za oko 7%. izdatci za sve ostale usluge porasli su za 33%. Najviše su trošili gosti iz Njemačke, SAD-a, Španjolske i UK-a.

Kada je u pitanju struktura gostiju, rezultati istraživanja pokazuju kako je prosječna starost turista koji posjećuju Hrvatsku 41,5 godina, od čega 54% turista u dobi od 30 do 49 godina, 19% je mlađih od 30, a 27% starijih od 50 godina. U odnosu na 2014. godinu značajnije se povećava udio turista s mjesečnim primanjima kućanstva većim od 3.000,00€. Najveći broj gostiju dolazi u pratnji partnera, a slijedi dolazak u krugu obitelji, pa s prijateljima. Ovo je prvi put otkako se provodi istraživanje da je dolazak s partnerom postao najčešći oblik dolaska kada je u pitanju pratnja.

Znatno je povećan udio gostiju koji Hrvatsku posjećuju po prvi puta (s 18 na 33%). Najzastupljenije prijevozno sredstvo za dolazak u Hrvatsku je i dalje automobil (78%), ali raste korištenje zrakoplova (s 11 na 15%) te pada udio dolazaka autobusom.

ENOGASTRONOMIJA, SPORTSKI I ZDRAVSTVENI TURIZAM POSTAJU SVE VAŽNIJI MOTIVI DOLASKA GOSTIJU.

Iako odmor na moru motivira na dolazak u Hrvatsku više od polovice svih gostiju (55%), njegova važnost značajno je smanjena u odnosu na 2014. (75%) te sve veću važnost pri odabiru Hrvatske imaju enogastro ponuda i motivi povezani s aktivnim odmorom.

Zbog navedenog osmislili smo Festival drniškog merlota u predsezoni te je on potvrda kako dobra manifestacija zaista privlači goste u destinaciju.

Prema ocjenama ispitanika najbolje ocijenjeni elementi ponude Hrvatske su ljepota prirode i krajolika, ljubaznost osoblja, sigurnost, pogodnost za provođenje obiteljskog odmora i dobra atmosfera (ugođaj).

Tu vidimo prednost Drniša kao destinacije te su sve manifestacije (osim onih „naslijeđenih“) upravo u tom smjeru i rađene.

**STATISTIČKO IZVJEŠĆE**

* **Turistički promet po vrsti smještajnih objekata u 2024. godini**

***Tablica1: Usporedba dolazaka i i noćenja turista u periodu 2024/2023. god., po vrstama smještaja***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Vrsta objekta** | **Dolasci ukupno** | **Usporedba** | **Indeks** | **Noćenja ukupno** | **Usporedba** | **Indeks** |
| Objekti u domaćinstvu | 3.114 | 3.635 | 85,67 | 19.717 | 22.778 | 86,56 |
| Objekti na OPG-u | 1.177 | 1.376 | 85,54 | 4.275 | 4.623 | 92,47 |
| Hoteli | 578 | 435 | 132,87 | 1.261 | 1.138 | 110,81 |
| Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 187 | 162 | 115,43 | 628 | 1.597 | 39,32 |
| Nekomercijalni smještaj | 14 | 14 | 100,00 | 355 | 253 | 140,32 |
| Kampovi | 0 | 0 | 0,00 | 0 | 0 | 0,00 |
| Nekomercijalni plovni objekt | 0 | 0 | 0,00 | 0 | 0 | 0,00 |
| Ostalo | 0 | 0 | 0,00 | 0 | 0 | 0,00 |
| Plovni objekt | 0 | 0 | 0,00 | 0 | 0 | 0,00 |
| Restorani | 0 | 0 | 0,00 | 0 | 0 | 0,00 |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **Ukupno:** | **5.070** | **5.622** | **0,00** | **26.236** | **30.389** | **0,00** |

*Napomena: \*\*\* Skupina ostali objekti za smještaj u kojima djelatnost obavljaju tvrtke i obrti*

Najbolje rezultate postigli su objekti u domaćinstvu.

***Tablica 3: Broj dolazaka i noćenja turista po godinama***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Godina** | **Domaći-dolasci** | **Strani-dolasci** | **Domaći-noćenja** | **Strani-noćenja** | **Ukupno-dolasci** | **Ukupno-noćenja** |
| 2010 | 186 | 73 | 557 | 230 | 259 | 787 |
| 2011 | 365 | 254 | 883 | 753 | 619 | 1636 |
| 2012 | 318 | 250 | 1277 | 880 | 568 | 2157 |
| 2013 | 230 | 321 | 476 | 788 | 551 | 1264 |
| 2014 | 397 | 533 | 1485 | 1327 | 930 | 2812 |
| 2015 | 313 | 646 | 1025 | 1752 | 959 | 2777 |
| 2016 | 340 | 556 | 765 | 1562 | 906 | 2327 |
| 2017 | 224 | 772 | 1053 | 2295 | 996 | 3348 |
| 2018 | 331 | 1102 | 744 | 3257 | 1433 | 4001 |
| 2019 | 254 | 1232 | 652 | 4538 | 1486 | 5190 |
| 2020 | 532 | 1811 | 1966 | 11802 | 2343 | 13768 |
| 2021 | 1018 | 3881 | 3220 | 21659 | 4899 | 24879 |
| 2022 | 731 | 4.439 | 2.605 | 28.368 | 5.170 | 30.973 |
| 2023 | 744 | 4.878 | 2.583 | 27.375 | 5.622 | 29.958 |
| 2024 | 947 | 4.123 | 2.329 | 23.907 | 5.070 | 26.236 |

**3. Struktura gostiju po zemljama dolaska u 2024. godini**

Nakon što je broj stranih dolazaka u 2012. god. po prvi put prerastao broj domaćih, njihov udio stalno raste.

Što se tiče stranih dolazaka, u 2024. godini najveći broj turista bio je iz Njemačke, slijede Hrvatska, Nizozemska, Francuska. Raste broj dolazaka iz UK-a, ali se smanjio broj dolazaka gostiju iz Austrije i Slovenije.

**Smještajni kapaciteti na području grada Drniša**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
| **Objekt Vrsta objekta** | Broj smještajnih jedinica | Broj kreveta | Broj dodatnih kreveta | Broj objekata |
| Hoteli | 26 | 49 | 0 | 2 |
| Nekomercijalni smještaj | 13 | 26 | 0 | 8 |
| Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu) | 25 | 90 | 22 | 13 |
| Objekti u domaćinstvu | 110 | 485 | 140 | 94 |
| Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 24 | 94 | 2 | 8 |
|  |  |  |  |  |
| **Ukupno** | 198 | 744 | 164 | 130 |

**ORGANIZACIJA RADA**

Tijekom godine direktor provodi svoje zadaće u slijedećim područjima: organizacija rada, rukovođenje i uspješnost poslovanja TZG Drniša, promocija destinacije, marketinška infrastruktura, organizacija manifestacija, prijavljivanje na natječaje i traženje sponzora, komunikacijske taktike, unapređenje proizvoda, distribucija i edukacija. Kroz izvještajno razdoblje ostvarena je bliska suradnja s Vijećem i predsjednikom Turističke zajednice, što je pridonijelo uspješnosti provedbe svih odluka i izvršenju svih, pred Turističku zajednicu postavljenih zadaća.

Poslovi i zadaci su obavljani na vrijeme, kvalitetno i u skladu s odlukama Vijeća, dok su sredstva Turističke zajednice trošena namjenski prema Programu rada i financijskom planu. Direktor TZG Drniša priprema materijale za sjednice Vijeća i Skupštine. Direktor piše zapisnike sa sjednica, upisuje i vodi brigu o redovitom plaćanju računa i pristiglih obveza, prihode i rashode uspoređuje s prethodnim razdobljima. Uz navedeno vodi i dnevnu korespondenciju s pravnim i fizičkim osobama čije se poslovanje tiče turističke zajednice. Također vodi i evidenciju prisutnosti na radu, mjesečni obračun sati, evidenciju godišnjih odmora i slobodnih dana. Vodi se briga o funkcionalnosti i opremanju ureda te se pazi na čistoću uredskih prostorija. U sklopu Turističke zajednice zaposlena je samo jedna osoba, na mjestu direktor.

**PROMOCIJA**

Promocija destinacije je osnovna djelatnost turističke zajednice i prirodno je da joj se pridaje najveći značaj. U izvještajnom razdoblju su traženi optimalni načini za što bolju promidžbu cijele Općine kao turističke destinacije. Nastupi na turističkim sajmovima i prezentacijama i dalje su važan segment promocije za široku publiku. U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Šibensko-kninske županije, nastupilo se na jednom dijelu od ukupno planiranih sajmova, i to pretežno na njemačkom tržištu. Posjećenost sajmova bila je dobra, a posebno je iznenadio interes poljskog tržišta za destinacijom. Važan udio u promociji destinacije zauzima i oglašavanje u raznim medijima (radio, TV, novine). Online oglašavanje putem društvenih mreža, web stranice TZ te ostalih partnera, zasigurno postaje najučinkovitiji način oglašavanja. Osim standardnog svakodnevnog ažuriranja i oglašavanja putem Facebook i Instagram profila, tijekom godine rađene su i plaćene kampanje na ciljana tržišta te dobne i interesne skupine.

***INFO I PROMO MATERIJALI***

Prema potrebi, tiskali su se dodatni plakati i letci za razna događanja, a za potrebe promocije destinacije napravljena je nova baza fotografija raznih manifestacija, te profesionalnih fotografija za potrebe tiska novih materijala u narednoj godini. Napravljene su i GPS koordinate svih bike&hike staza te je u izradi nova karta.

**MANIFESTACIJE**

U okviru bolje vidljivosti Drniša na turističkoj karti Turistička zajednica Grada Drniša u 2023. godini organizirala je (kao nositelj projekta) sljedeće manifestacije:

DRNIŠKI KRNJEVAL – zabavno-tradicijski karakter

USKRSNI DORUČAK – zabavni karakter

FESTIVAL DRNIŠKOG MERLOTA – edukativno-tradicijski karakter

SUSRET KLAPA – tradicijsko-zabavni karakter

GOOD FEST - kulturno-zabavni karakter

EUROPSKI TJEDAN ODRŽIVOG RAZVOJA – edukativni karakter

MEĐUNARODNI FESTIVAL PRŠUTA – edukativno-zabavni karakter

TASTE SLIKE DRNIŠ/SKRADIN/BILICE – edukativni karakter

Turistička zajednica Grada Drniša u istom razdoblju bila je suorganizator sljedećih manifestacija:

PROMINA TRAIL – sportski karakter

FESTIVAL OJKAVICE – MILJEVCI – tradicijski karakter

Turistička zajednica Grada Drniša, u suradnji s Hrvatskim istraživačkim pustolovnim društvom napravila je Plan razvoja aktivnog turizma na drniškom području 2021., a kojeg razvija sukladno financijskim mogućnostima. Preostalo je postaviti signalizaciju te odraditi marketing The Canyon.

**EDUKACIJA**

Tijekom izvještajnog razdoblja u cilju edukacije provedeni su i programi:

- U suradnji sa TZ Šibensko-kninske županije održana je edukacija za privatne iznajmljivače u zgradi NP Krka, u izvedbi agencije Interligo.

- U suradnji s agencijom Adriagate održane su svije edukacije za privatne iznajmljivače. Edukacije su održane u travnju i listopadu u Maloj gradskoj vijećnici.

**ZAKLJUČAK**

Unatoč nestabilnoj financijskoj situaciji koja nas prati te prilagodbama koje je bilo potrebno raditi, uzimajući u obzir situaciju na turističkom tržištu konkurentnih zemalja i ostvarenju turističkog prometa na razini RH, možemo biti zadovoljni s ostvarenjem na području naše Općine. Pandemija koronavirusa Covid-19 definitivno je nepovratno promijenila tijek turističkih putovanja, životne navike, te prioritete po pitanju odabira odredišta za provođenje godišnjeg odmora i slobodnog vremena. Veliki ekonomski gubici na teritoriju naših tradicionalnih inozemnih tržišta potvrđuju činjenicu kako nas i iduće godine očekuje nestabilna i neizvjesna turistička sezona. U razdoblju koje je pred nama, poseban naglasak bit će potrebno staviti na komuniciranju sigurnosti u destinaciji i održivom razvoju.

Dugovanje po osnovi turističke pristojbe na dan 31.12.2024. iznosi 23.010,09 €. Sva predmetna dugovanja proslijeđena su turističkom inspektoratu na daljnje postupanje, nakon poslanih opomena.